

PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA UMKM DI KOTA MAKASSAR

NURUL AMALIA SARI

Email: ameliasari58@gmail.com

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar

ABSTRAK

PENGARUH PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PENDAPATAN PELAKU USAHA UMKM DI KOTA MAKASSAR

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana Perkembangan Ekonomi Digital dan faktor yang mempengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, cara pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah pelaku usaha UMKM di Kota Makassar yang berjumlah 96 wirausaha sebagai objek penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh ekonomi digital secara persial yang positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar. Sedangkan faktor yang mendukung dan menghambat sektor UMKM dalam perspektif ekonomi digital yaitu kemampuan pada pengetahuan akan penggunaan media teknologi yang merupakan indikator pendukung keberhasilan ekonomi digital.

Kata Kunci: Ekonomi Digital, Pendapatan UMKM

PENDAHULUAN

Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran.

Dalam era digital yang pesat saat ini dapat mendorong *entrepreneurship* untuk membuka wirausaha dengan mudah dengan berbagai keuntungan dan kemudahan yang di dapatkan. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) pada tahun 2017 melansir sebanyak 3,79 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)

sudah memanfaatkan platform online dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8 persen dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia, yakni 59,2 juta. Untuk menumbuhkan jumlah pelaku UMKM yang berselancar di dunia maya, Kemenkop UKM dan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) bersama dengan para pelaku *e-commerce* menggagas program bertajuk 8 Juta UMKM Go Online. Lewat kerja sama ini, pemerintah juga berharap dapat mempercepat transformasi UMKM di Indonesia menuju digital (Kominfo,2017).

Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis tak bisa dihindarkan lagi, melihat banyaknya pelaku-pelaku bisnis. Bahkan,

persaingan tersebut kian hari kian bertambah ketat. Boleh dikata, tak ada produk/jasa yang dipasarkan tanpa melewati arena persaingan dalam era ekonomi digital. Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri multinasional mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para pemula untuk *terlahir secara global*, digitalisasi mendorong persaingan karena memungkinkan model bisnis yang inovatif dan memungkinkan perusahaan untuk meningkat dengan cepat. Puluhan juta perusahaan kecil dan menengah di seluruh dunia telah berubah menjadi eksportir dan bergabung dengan pasar *e-commerce*, dan bisa bersaing dengan perusahaan multinasional terbesar.

Usaha mikro, kecil dan menengah memiliki peranan yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia peranan UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, UMKM juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan

pendapatan. Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Sulawesi Selatan sendiri pada akhir tahun 2016 telah mencapai 916.232 unit usaha.

Misalnya seperti yang terjadi saat ini di Kota Makassar yang merupakan Ibu Kota dari Provinsi Sulawesi Selatan, UMKM di Kota Makassar yang bergerak dalam berbagai industri senantiasa mencatatkan pertumbuhan cukup tinggi dalam beberapa tahun terakhir. Merujuk pada data Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar, jumlah pelaku UMKM sejauh ini sebanyak 2.683 yang bergerak pada beragam sektor.

Tabel 1 Data Kondisi UMKM Di Kota Makassar 2017-2018

NO	KECAMATAN	JUMLAH
1	Tallo	45
2	Wajo	25
3	Tamalate	157
4	Mariso	517
5	Mamajang	81
6	Tamalanrea	25
7	Bontoala	381
8	Panakkukang	176
9	Ujung pandang	354
10	Makassar	149
11	Manggala	312
12	Ujung tanah	8
13	Rappocini	385
14	Biringkayana	63
15	Sangkarrang	5
Jumlah		2683

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar (2019).

Kondisi diatas akan terus mengalami perkembangan sehingga diperkirakan hingga akhir tahun 2019 jumlah pelaku UMKM di

Kota Makassar akan terus mengalami pertumbuhan.

Salah satu kegiatan ekonomi digital yang berkembang di Kota Makassar saat ini yaitu penggunaan media sosial berbasis internet atau biasa dikenal dengan perdagangan online. Dimana para pelaku usaha UMKM di Kota Makassar mempromosikan produk mereka melalui internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Banyak disosial media sekarang seperti yang sering kita lihat salah satunya digrup Makassar dagang yang ada pada aplikasi Facebook adalah tempat para wirausaha untuk mempromosikan produknya baik dari hal makanan, fashion dan lain-lain. Dan sampai saat ini pada grup Makassar dagang itu sendiri diikuti oleh 1.400.000 pengguna dengan menawarkan produk yang berbeda-beda.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Ekonomi Digital Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha UMKM di Kota Makassar”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Pembangunan Ekonomi

Menurut Lincolin Arsyad (2010:11) sebelum dekade 1960-an, pembangunan ekonomi didefinisikan sebagai kemampuan ekonomi nasional dimana keadaan ekonominya mula-mula relatif statis selama jangka waktu yang cukup lama untuk dapat menaikkan dan mempertahankan laju pertumbuhan GNP- nya hingga mencapai angka 5 sampai 7 persen atau lebih per tahun. Pengertian ini sangat bersifat ekonomis. Namun demikian, pengertian pembangunan ekonomi mengalami perubahan karena pengalaman pada tahun 1950-an dan 1960-an seperti telah disinggung di muka itu menunjukkan bahwa pembangunan yang berorientasikan pada pertumbuhan GNP (Gross National Product) saja tidak akan mampu memecahkan permasalahan pembangunan secara mendasar. Hal ini tampak pada taraf dan kualitas hidup sebagian besar masyarakat yang tidak mengalami perbaikan meskipun target pertumbuhan GNP per tahun telah tercapai. Dengan kata lain, ada tanda- tanda kesalahan besar dalam mengartikan istilah pembangunan ekonomi secara sempit.

Oleh karena itu, menurut Todaro & Smith (2003) terdapat dalam Lincolin

Arsyad (2010:11) menyatakan bahwa keberhasilan pembangunan ekonomi suatu Negara ditunjukkan oleh tiga nilai pokok yaitu (1) berkembangnya kemampuan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pokoknya (*sustenance*), (2) meningkatnya rasa harga diri (*self-esteem*) masyarakat sebagai manusia, dan (3) meningkatnya kemampuan masyarakat untuk memilih (*freedom from servitude*) yang merupakan salah satu dari hak asasi manusia. Nilai-nilai pokok tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Amartya Sen (1999:3) Pemenang Nobel Ekonomi 1998 bahwa “*Development can be seen, it is argued here, as a process of expanding the real freedoms that people enjoy*”.

Akhirnya disadari bahwa definisi pembangunan ekonomi (Lincoln Arsyad, 2010:11) itu sangat luas bukan hanya sekadar bagaimana meningkatkan GNP per tahun saja. Pembangunan ekonomi bersifat multidimesi yang mencakup berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, bukan hanya salah satu aspek (ekonomi) saja. Pembangunan ekonomi itu dapat didefinisikan sebagai setiap kegiatan yang dilakukan suatu Negara dalam rangka mengembangkan kegiatan ekonomi dan taraf hidup masyarakatnya. Dengan adanya batasan tersebut, maka pembangunan

ekonomi pada umumnya dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang menyebabkan kenaikan pendapatan riil per kapita penduduk suatu Negara dalam jangka panjang yang disertai oleh perbaikan sistem kelembangaan.

Ekonomi Digital

Ekonomi Digital lebih menitikberatkan pada proses jual beli atau transaksi dan pasar yang terjadi di dunia maya/ internet. Ekonomi digital adalah suatu system ekonomi yang kompleks dan merupakan fenomena yang baru muncul terkait dengan aspek-aspek ekonomi mikro, ekonomi makro, dan teori organisasi dan administrasi. Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai “*the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange*” (Hartman, 2000). Ekonomi digital merubah ekonomi global, memungkinkan industri kecil menjadi industri mikro dengan elastisitas dan dinamika yang mereka miliki. Hal ini memberi kesempatan yang lebih tinggi bagi para pemula untuk terlahir secara global. Konsep digital ekonomi pertamakali diperkenalkan oleh Tapscott dalam Aan

(2016) yaitu sebuah karakteristik sebagai ruang intelegen, meliputi informasi, berbagai akses instrument informasi, kapasitas informasi dan pemrosesan informasi. Komponen ekonomi digital yang pertama kalinya yaitu industri TIK, aktivitas *e-commerce*, distribusi digital barang dan jasa.

Mengutip Report G20 China dalam Helmalia (2018), pengertian ekonomi digital mengacu pada berbagai aktivitas ekonomi, yang meliputi penggunaan informasi dan pengetahuan digital sebagai faktor kunci produksi, jaringan informasi modern (*modern information network*) sebagai ruang aktivitas yang penting dan efektivitas penggunaan *Information and Communication Technology* (ICT) sebagai penggerak penting terhadap pertumbuhan produktivitas dan optimalisasi struktural ekonomi. Dalam konteks ini, pengertian ekonomi digital sudah semakin luas ditandai dengan adanya jaringan modern serta penggunaan ICT.

Berdasarkan berbagai definisi dan penjelasan di atas, dengan demikian yang dimaksud dengan ekonomi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi seperti *smarthphone* (HP), tablet, laptop dan PC desktop untuk

mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis, mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, membuat dan berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat.

Volume Penjualan

Menurut Basu Swastha DH (2004 : 403) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain. Penjualan dapat diartikan juga sebagai usaha yang dilakukan manusia untuk menyampaikan barang bagi mereka yang memerlukan dengan imbalan uang menurut harga yang telah ditentukan atas persetujuan bersama.

Volume penjualan merupakan hasil akhir yang dicapai perusahaan dari hasil penjualan produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Volume penjualan tidak memisahkan secara tunai maupun kredit tetapi dihitung secara keseluruhan dari total yang dicapai. Seandainya volume penjualan meningkat dan biaya distribusi menurun maka tingkat pencapaian laba perusahaan meningkat tetapi sebaliknya bila volume penjualan menurun maka pencapaian laba

perusahaan juga menurun. Menurut Kotler (2000) volume penjualan adalah barang yang terjual dalam bentuk uang untuk jangka waktu tertentu dan didalamnya mempunyai strategi pelayanan yang baik.

Pendapatan

Pendapatan merupakan suatu hasil yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja. Jenis masyarakat bermacam ragam, seperti bertani, nelayan, beternak, buruh, serta berdagang dan juga bekerja pada sektor pemerintah dan swasta.

Pendapatan menurut ilmu ekonomi diartikan sebagai nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam satu periode seperti keadaan semula. Definisi tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain pendapatan merupakan jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi. Secara garis besar pendapatan didefinisikan sebagai jumlah harta kekayaan awal periode ditambah perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

Kesimpulan dari pengertian pendapatan adalah suatu hasil yang diterima

yang diterima seseorang, perusahaan atau rumah tangga dari berusaha atau bekerja yang berupa, uang maupun barang yang diterima atau dihasilkan dalam jangka waktu tertentu.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

Berdasarkan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Abduh (2017:11), Dunia Usaha di Indonesia dibagi menjadi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Usaha mikro secara definitif adalah usaha milik perseorangan sementara usaha besar adalah usaha yang lebih besar daripada usaha menengah.

Dalam Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tersebut juga disebutkan bahwa keberadaan UMKM dan pengelolaannya oleh pemerintah dimaksudkan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, meliputi:

- 1) Mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang dan berkeadilan.

- 2) Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.
- 3) Meningkatkan peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan.

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

Dalam penelitian ini subyek adalah UMKM di Kota Makassar yang memiliki kriteria sebanyak 2.683 pelaku usaha. Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Adalah teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *proportionate stratified random sampling*, sampel dari populasi yang dipilih secara acak dan proporsional.

Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data dan informasi yang memungkinkan untuk menganalisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada. Teknik ini dilaksanakan dengan menggunakan daftar pernyataan berbentuk tertutup untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis

data. *Survey* dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden pelaku usaha UMKM di Kota Makassar. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert.

Metode analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penelitian studi kasus yang dipergunakan untuk menyimpulkan, mengelolah, dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah memahami objek dari penelitian tersebut. Setelah data terkumpul, selanjutnya data akan dianalisis dengan aplikasi yaitu SPSS. Namun, sebelum data tersebut dianalisis penulis perlu menguji apakah data tersebut *valid* dan *variabel*. Adapun uji yang dilakukan adalah analisis regresi linier sederhana.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linier sederhana berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel X terhadap Variabel Y. berikut adalah penjelasan variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti pada penelitian ini, yaitu: variabel bebas (X) adalah Ekonomi Digital dan variabel terikat (Y) adalah Pendapatan UMKM.

Uji signifikan parsial (Uji T), uji ini dilakukan untuk membuktikan pengaruh variabel bebas dan variabel terikat secara

parsial (individu). dengan kata lain, pengujian ini dilakukan untuk melihat keberartian masing-masing variabel secara terpisah (parsial) terhadap variabel tidak bebas. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t table dengan tingkat kesalahan (α) sebesar lima persen (5%) dan derajat sebaran atau *degree of freedom* (df) sebesar $n-k-1$, dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika $t_{hitung} > t_{table}$ = H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel bebas tersebut signifikan mempengaruhi variabel tidak bebas.
- Jika $t_{hitung} < t_{table}$ = H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel bebas tersebut tidak signifikan mempengaruhi variabel tidak bebas (Nachrowi & Usman, 2008: 24-25).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Regresi Linear Sederhana

Tabel 2 Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	9.863	3.093		3.189
Ekonomi Digital	.861	.090	.702	9.546

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber: data diolah (2019)

Hasil dari analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada table 2 di atas. Adapun hasil perhitungan tersebut adalah sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 9.683 ini menunjukkan apabila variabel ekonomi digital mengalami peningkatan 1%, maka variabel pendapatan juga akan mengalami peningkatan sebesar 9.683%.
- Koefisien regresi pada variabel independen yaitu ekonomi digital bertanda positif 0,861 artinya menunjukkan setiap kenaikan 1% perkembangan ekonomi digital maka pendapatan mengalami peningkatan sebesar 0,861%. Maksud dari hasil penelitian koefisien regresi bernilai positif berarti terjadi hubungan positif antara ekonomi digital dengan pendapatan.

Tabel 3 Uji T

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	9.863	3.093		3.189
Ekonomi Digital	.861	.090	.702	9.546

a. Dependent Variable: Pendapatan UMKM

Sumber: data diolah (2019)

Berdasarkan hasil perhitungan dimana nilai signifikan ekonomi digital 0,000, dari α 0,05 dan diketahui nilai t hitung 9,546 > dari t table 1,986., maka ekonomi digital

berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Makassar. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o Ditolak.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis mengenai pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan pelaku usaha UMKM di Kota Makassar, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel ekonomi digital (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel pendapatan (Y) UMKM di Kota Makassar. Dengan dibuktikan nilai signifikan ekonomi digital secara parsial dan uji signifikan parametric individual (ujji t) sebesar $0,000 <$ dari $\alpha = 0,05$. Sementara dari hasil analisis diketahui nilai t hitung yaitu sebesar $9.546 >$ dari t table 1,986.

Saran bagi para pelaku usaha seperti yang telah dijelaskan, bahwa perkembangan ekonomi digital merupakan faktor penting dalam keberhasilan suatu usaha untuk itu diperlukan peningkatan pengetahuan mengenai ekonomi digital bagi para pelaku usaha sehingga dalam menjalankan usahanya terjadi peningkatan dalam segi pengalokasian pendapatan yang baik untuk usaha kedepannya dan juga dengan lebih menguasai teknologi digital yang sedang berkembang agar dapat menarik pelanggan dari berbagai daerah dan lebih efisien dalam

mempromosikan produnya. Sedangkan bagi peneliti selanjutnya yang digunakan untuk penelitian ini hanya dua variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya yang berhubungan dengan perkembangan ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Thamrin 2017. Strategi Internasionalisasi UMKM. CV Sah Media. Makassar
- Ansori Aan. 2016. *Digitalisasi Ekonomi Syariah*. Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam. Vol. 7 No. 1
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakrta: PT. Rineka Cipta.
- Arsyad, Lincolin. 2010. *Ekonomi Pembangunan*. Edisi Kelima, Yogyakarta: STIM YKPN.
- Bernada Tetanoe.2017. *Upaya Perlindungan Hukum Pada Konsumen Dalam Tranksaksi E-commerce Untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi Digitaldi Indonesia*. Tangerang: Jurnal hokum dan Peradilan. Vol. 6 No. 1
- Case dan Fair. 2007. *Case Fair : Prinsip-Prinsip Ekonomi* : Jakarta, Erlangga.
- Eka, AG. “*Digitalisasi masyarakat. Menilik kekuatan dan kelemahan dinamika era informasi digital dan masyarakat informasi*”. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1 No. 2
- Firdaus. 2013. *Dunia Buku Pengantar Akuntansi*, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.

Harsono, Budi. 2014. *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Melalui UMKM*. PT. Elex Media Komputindo KOMPAS GRAMEDIA. Jakarta.

Helmalia dan Afrianawati. 2018. *Pengaruh E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kota Padang*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. 3 No. 2

Herlmawati Erna dan Evy. 2017. *Analisis Pendapatan UMKM Sebelum dan Sesudah Menerima Kredit Tunas Usaha Rakyat*. Jurnal Indonesia

M. Amir Hartman and John Sifonis, with John Kador, 2000. *Net Ready: Strategies for Success in the E-economy*. New York: McGraw-Hill

Noor Juliansyah. 2010. *Metodologi Peneitian*, Jakarta: Prenadamedia Group.

Pangadaheng, Yanti. 2012. *Analisis Pendapatan Petani Kelapa di Kecamatan Saliabu Kabupaten Talaud*. Skripsi, Universitas Sam Ratulangi Manado Hal. 14.

Pemerintah Indonesia. 2008. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 116. Sekretariat Negara. Jakarta.

Rawis, J., Panelewen, V., Mirah, A. 2016. *Analisis Keuntungan Usaha Kecil Kuliner dalam Upaya Pengembangan UMKM di Kota Manado*. Vol. 4 No. 2, 106-119.

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.

Setiawan Teguh, Budi dan Muhammad. 2018. *Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus Kec. Cibirong)*. Bogor: Jurnal Manajemen IKM.

Setiawan Wawan. 2017. *Era Digital dan tantangannya*. Diakses 30 Januari 2019 dari <http://eprints.ummi.ac.id/151/2/1.%20Era%20Digital%20dan%20Tantangannya.pdf>

Setiawati Sri. 2018. *Analisa Manajemen Kas Keuangan Desa Berbasis Digital Ekonomi Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah & Industri Kecil dn Menengah Kabupaten Bogor*. Jurnal Lentera Akuntansi. Vol 3 No 2.

Setyanto Alief. 2013. *IKajian Strategi Pengembangan UMKM Melalui Media Sosial*

Setyanto, Alief Rakhman. 2016. *Kajian strategi pengembagn UMKM melalui media sosial*. (https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=ekonomi+digital+terhadap+umkm&btnG=, diakses 30 januari 2019)

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: Kencana

Sugiyono .2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bndung : ALFABETA

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sukirno, Sadorno. 2000. *MakroEkonomi Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Suprianti Agus. 2015. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Bisnis yang Dimediasi oleh Biaya dan Pemasaran Berbasis Output*. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi. Vol. 6 No. 2

Suprianto Agus. 2015. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja Bisnis yang Dimediasi Oleh Biaya dan Pemasaran Berbasis Output*. Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi. Vol 6 No 2

Suryadi Dyan dan Ilyas. 2018. *Adopsi Online Food Delivery Servis Bagi Wirausaha Pemula di Kota Makassar*. Prosiding Seminar Hasil Penelitian

Titah Prastise. 2012. *Digital ekonomi (economy digital) dan perkembangannya*.